

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ФДТ.2 Стилистика в издательском деле»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.03 Издательское дело

(код и наименование направления подготовки)

Художественно-техническое редактирование

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «ФДТ.2 Стилистика в издательском деле» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра дизайна

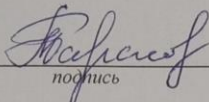
наименование кафедры

протокол № 7 от "21" 02 2023 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра дизайна

наименование кафедры



подпись

О.П. Тарасова

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры дизайна

должность



подпись

Т.А. Путинцева

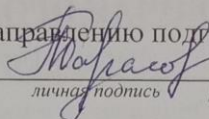
расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

код наименование

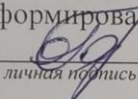


личная подпись

О.П. Тарасова

расшифровка подписи

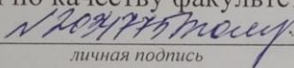
Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов



личная подпись

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета



личная подпись

Е.Ф. Томина

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Путинцева Т.А., 2023

© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у будущего бакалавра представления о современных рекламных и имиджевых технологиях в развитии издательской деятельности, о специфике проектирования рекламных объектов издательской продукции для формирования имиджевой политики.

Задачи:

- изучение основных особенностей формирования и функционирования рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности;
- формирование умений и навыков проектирования рекламных объектов для создания имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина является факультативной

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.18 Компьютерные технологии в издательском деле, Б1.Д.В.4 Шрифт*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-8 Способен ориентироваться в современных рекламных и имиджевых технологиях, понимать базовые принципы проектирования рекламных объектов издательской продукции	ПК*-8-В-1 Осознает сущность, принципы, механизмы, технологии формирования и функционирования рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности ПК*-8-В-2 Использует в процессе практической деятельности принципы проектирования рекламных объектов, рекламные технологии и механизмы формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции	<u>Знать:</u> понятия по тематике современных рекламных и имиджевых технологий в издательской деятельности; особенности формирования стилистического единства издательской продукции <u>Уметь:</u> проектировать элементы фирменной имиджевой стилистики предприятия в сфере издательской деятельности, рекламно-презентационное сопровождение издательского продукта <u>Владеть:</u> навыками проектирования элементов фирменного стиля издательского предприятия, рекламной продукции к презентации издательского продукта

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	34,25	34,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, подготовка к рубежному контролю, подготовка к зачёту)	73,75	73,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Стилистика в имиджевых технологиях в развитии издательской деятельности	66	12	10		44
2	Стилистика рекламных объектов в издательской деятельности	42	6	6		30
	Итого:	108	18	16		74
	Всего:	108	18	16		74

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 раздел Стилистика в имиджевых технологиях в развитии издательской деятельности

Понятие современных имиджевых технологий в развитии издательской деятельности, основные особенности их формирования и функционирования.

Понятие и структура фирменного стиля в издательской деятельности, визуально-графические средства его создания, особенности проектирования. Основные константы фирменного стиля издательской организации. Носители фирменного стиля в издательской деятельности: элементы деловой документации издательской организации, рекламно-презентационные элементы издательской организации. ИТЗ, часть 1 «Основные константы фирменного стиля в издательской деятельности, деловая документация».

2 раздел Стилистика рекламных объектов в издательской деятельности

Понятие современных рекламных технологий в развитии издательской деятельности, основные особенности их формирования и функционирования. Понятие рекламного объекта для формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции.

Виды рекламных объектов в издательской деятельности. Рекламно-презентационные элементы издательской продукции. ИТЗ, часть 2 «Рекламно-презентационные элементы издательской продукции».

4.3 Практические занятия

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1-5	1	Разработка основных констант фирменного стиля издательской организации: - фирменный знак (знак в модульной сетке, ахроматическое прямое начертание, ахроматическое инверсное начертание, цветное начертание); - экслибрис, - фирменная цветовая гамма, - фирменные графические элементы (паттерн), - подбор фирменного шрифта. Разработка носителей фирменного стиля издательской организации (стилистика деловой документации): - визитка (именная или имиджевая); - фирменный бланк (бланк делового письма); - фирменная открытка; - конверт (почтовый или курьерский) (к ИТЗ части 1).	10
6-7	2	Разработка рекламно-презентационных элементов издательской продукции: - приглашение на презентацию издания; - афиша; - закладка (ляссе); - оформление аудиодиска (к ИТЗ части 2).	4
8	2	Создание концепции оформления альбома для разработанных материалов. Оформление разработанных материалов ИТЗ в виде альбома, полиграфическое исполнение альбома.	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Вильберг, Г. П. Азбука книжного дизайна = ErsteHilfeinTypografie [Текст] / Г. П. Вильберг, Ф. Форсман. - СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2003. - 110 с. : ил. - (Культура издательского дела). - Парал. тит. л. англ. - ISBN 5-7422-0299-7. дф-19.

2. Ерошкин, В. Ф. Промышленная графика [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. Ф. Ерошкин. - Омск: [Б. и.], 2007. - 264 с. - Библиогр.: с. 261-262. дф – 50 экз.

5.2 Дополнительная литература

1. Мазурина, Т. А. Бионическое формообразование в графическом дизайне [Текст]: учеб. пособие / Т. А. Мазурина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2009. - 134 с.: ил. - Библиогр.: с. 27-28. - Прил.: с. 29-133. - ISBN 978-5-7410-0898-0. дф – 24 экз.

2. Формальная композиция [Текст]: творческий практикум по основам дизайна: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Дизайн" (профиль "Графический дизайн") / Е. В. Жердев [и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - 2-е изд. - Оренбург : Университет, 2014. - 255 с.: ил., цв. ил. - Библиогр.: с. 251-255 и в конце ч. - Прил. в конце ч. - ISBN 978-5-4417-0442-7. дф – 9 экз.

3. Герчук, Ю. Я. История графики и искусства книги [Текст] : учеб. пособие для вузов / Ю. Я. Герчук. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 320 с. - ISBN 5-7567-0243-1. мф - 2 экз. гф - 3 экз.
4. Водчиц, С. С. Эстетика пропорций в дизайне. Система книжных пропорций [Текст] : учеб. пособие для вузов / С. С. Водчиц. - М. : Техносфера, 2005. - 416 с. - (Мир дизайна). - Библиогр.: с. 411. - ISBN 5-94836-056-3. дф-3 экз.
5. Искусство цвета [текст] / И. Иттен.- 2-е изд. - М. : [Б. И.], 2001. - 96 с. : ил. - ISBN 5-94056-003-2. дф-35 экз.
6. Путинцева, Т. А. Дизайн айдентики. Проектирование элементов фирменного стиля [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн / Т. А. Путинцева; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ, 2022. - ISBN 978-5-7410-2733-2. - 114 с- Загл. с тит. экрана. — Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/165732_20220506.pdf
6. Фирменный стиль и стилистика рекламно-презентационной продукции в издательской деятельности [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело / сост. Т. А. Путинцева; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. дизайна. - Оренбург : ОГУ. - 2022. - 34 с- Загл. с тит. экрана. — Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/165218_20220420.pdf
7. Желондиевская, Л. В. Эмоции графики [Текст]: изобраз. и выраз. возможности граф. техник: учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Желондиевская, Е. С. Чуканова. - М.: Квадрига, 2009. - 96 с.: ил. - Библиогр.: с. 95. - ISBN 978-5-91791-019-2. дф – 5 экз.
8. Королькова, А. Живая типографика [Текст] / А. Королькова. - М.: Index Market, 2007, 2008. - 224 с. - Библиогр.: с. 206-207. - Указ.имен: с. 214-215. - Алф. указ.: с. 216-219. - ISBN 978-9901107-1-7. дф-10 экз.

5.3 Периодические издания

1. Ди - Диалог искусств : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018.
2. Проект Россия : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.
4. Искусство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018.
5. Полиграфия : журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2012–2018 – PUBLISH/ Паблиш = Паблиш : журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2012–2018.

5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.goldbloh.ru>
<https://www.logolounge.com>
<http://kak.ru/>
http://vestnik.osu.ru/2014_5/12.pdf
<http://www.bugaga.ru/interesting/1146734910-kreativnyy-dizayn-upakovok.html>
<http://www.printmag.com>
<http://www.dafont.com/>

Ресурсы по верстке, полиграфии и шрифтам:

Российская государственная библиотека: электронная библиотека / Доступ к ресурсу:
<http://elibrary.rsl.ru/>
Phil's Fonts. Режим доступа: www.philsfonts.com

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС.
2. Пакет офисных приложений LibreOffice.
3. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru.
4. Пакет программного обеспечения для работы с графической информацией: CorelDRAWGraphicsSuite X4.
5. Пакет инструментальных средств для разработки издательских проектов и подготовки к печати полиграфической продукции Adobe Creative Suite 3 Design Standard Russian version Win включающий: Adobe Photoshop CS3, Adobe Illustrator CS3, Adobe InDesign CS3, Adobe Acrobat 8 Professional.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели (1 стол на 1 студента), доской, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.